



松浦良高



中国版ツイッターともいえる新浪微博のトップ画面。画像が多いのがわかる。

第6回 中国版ツイッター「微博(ウェイボー)」大解剖！ ウェイボーを見れば、中国のいまがよく分かる

1.4億人もいる巨大ツイッター…微博の特徴

皆さん、微博(ウェイボー)って聞いたことがありますか？これ、前にも少しだけ紹介したことがあると思いますが、日本で言えば「ツイッターの中国版」です。蒼井そらもフォロワーが450万人も超えている人気の新浪微博、写真がそのトップ画面ですが、少しツイッターとも違う感じがしますよね？そんなのです。中国のこの微博

いるのが不透明という不満を生活者が持っているたので、それが一気に爆発したのがこのケースです。こういった形で、微博が基点となって社会的な大事件になるケースが最近は見られます。

微博に参み出る中国人生活者の気持ち…国産旅客機に乗せたいのは…

次は、ものすごい数の転載がされたつばやきをひとつ紹介します。「中国の国産大型旅客機ができました、2016年から運航を開始します」というつばやきの転載数は、なんと7万を超えています。なぜこれがここまで転載されたのか、転載するとき中国の生活者が加えているコメントを見ると、その理由がよく分かります。中国の生活者は、このニュースを、次のコメントとともに転載しています。

「まずは、リーダーたちに乗ってもらおう」。
要するに、中国の生活者は、中国国産のこの大型旅客機が安心して乗れる、信頼できる品質を保っているということに対して基本的にまったく信じていないのです。そのことが、これだけの転載がされたことの根底にあります。さらにもうひとつ気づかれたと思います、微博上での一定の自由さも感じられると思います。このくらい的主張であれば、現時点では認められているのです。このように、中国の生活者の気持ちをウォッチしていくにはこの微博は非常に有効な手段なのです。



中国のツイッターの顔文字や絵文字の選択画面(微妙に表情が動きます)

は、ツイッターをより中国人の好みに合わせてアレンジしているのです。

さっそく微博の特徴ですが、たとえば、つばやきは140文字なのですが、そのつばやきの中に絵文字を入れることができます。(写真、ビジュアルで気持ちを表現できるので、携帯電話と同様にアジア人の私もこれはいいなと思ってしまう。さらに、ビジュアル的によいのが、自分のつばやきに写真や動画をくっつけることができること。サムネイルになっている写真をクリックすると、瞬時にその画像が大きくなります。「使いやすいな」というのが率直な感想です。また、もう

もちろん、エンタメ情報や、生活情報も豊富です。転載されやすい人気ネタとしては、①占いネタです。星座占いや、その日のあなたの運勢をお伝えするつばやきを転載するヒトが多いです。血液型(自分の血液型を知らないヒトが多い…)よりも星座のほうが人気なのが中国の特徴です。

続いては、②ローカル事件ネタ。「今週は上海のあそこで台湾夜市フェアをやってるよ!」とか地元ネタであれば、会社の仲間とかで転載が広がります。中国でもジモト意識が非常に強いことが分かります。

最後に、③写真のビジュアル勝負モノも多いです。写真をアップして表示させられる微博ならで

ひとつ特徴的なのが、転載機能です。微博では人の書いた記事と写真や動画をそのまま自分のタイムラインに掲載でき、さらに140文字コメントができるのです。なので、文字制限をあまり意識しないで、面白い記事や写真などをコメントつきでどんどん転載できる、という特徴があります。

微博での最新のトレンド…炎上ケース

ということ、続いてはそんな微博からどんな最新トレンドがえてくるのかご紹介しましょう。まず、この数カ月で話題になったのは、郭美美さん事件です。郭美美さんという90年代生まれ(中国では90后ジョーリンホウといいます)の女性がエルメスのバッグやマセラティの高級車などなどちよつと自分では買えないような高級品を次々と微博上で自慢していました。こまでだと、よくあるような話なのですが、彼女のプロフィールが、「中国赤十字会商業総経理」となっていたので、この微博を見たユーザー達から、「我々の寄付を使っでぜいたく品を買っているのではないか?」と批判が集まり、彼女の微博が大炎上しました。そもそも中国の慈善基金がどのようにお金を使って

はで、動物や赤ちゃんなどのかわいい写真がついているもの、セクシーな女性の写真があるもの(ヌードはだめです)、あるいは、ダイエットのピフォアアプターのようなものなども転載が進みます。やはりビジュアルのインパクトは強いのです。

あこがれの生活を覗くツールでもある

私のこれまでの分析によると、中国人はつばやくことよりも、自分目線より少し上の憧れの人をウォッチするほうがメインであったりする傾向があります。貧富の格差の大きい中国ならではの傾向だと思えますが、手の届きそうな斜め上45度くらいの人をウォッチして、自分の刺激や参考にすると、というのが傾向のようです。

最後に、微博の絵文字には顔文字がたくさんあるのですが、その中に、「ごめんさい」という謝るときの顔はないのですよね。ニーズがないのでしょうか。私はこういいうちよつとしたところにも日本とは違う中国らしさが滲み出ているなど、改めて今後も微博をウォッチし続けようと思心誓ったのです。

松浦良高(まつら・よしただ)
博報堂研究開発局上席研究員、上海博報堂市場本部部長。
1975年生まれ。
97年学習院大卒、99年ジョージタウン大学大学院修士課程修了。2000年博報堂入社、ストラテジックプランニング局、生活総合研究所を経て現職。06年より上海在住。中国における生活者とメディア研究を行っている。主な著書に『亞洲未来図2010』(共著)、『新・中国若者マーケット』など。